

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования  
«Тольяттинский государственный университет»

Гуманитарно-педагогический институт  
(наименование института полностью)

---

Кафедра «Теория и практика перевода»  
(наименование)

45.03.02 Лингвистика  
(код и наименование направления подготовки, специальности)

---

Перевод и переводоведение  
(направленность (профиль) / специализация)

---

## **ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА (БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА)**

на тему Способы передачи юмористического эффекта при переводе мультфильма  
«Зверополис» с английского языка на русский

Студент

В. П. Лемская

(И.О. Фамилия)

(личная подпись)

Руководитель

к. филол. н., доцент О. В. Мурдускина

(ученая степень, звание, И.О. Фамилия)

Тольятти 2020

## АННОТАЦИЯ

**Актуальность исследования** определяется рядом моментов. Во-первых, она обусловлена необходимостью более тщательного изучения вопросов, касающихся особенностей англоязычного юмора и трудностей, возникающих у переводчиков при его передаче на русский язык. Большинство ученых и переводчиков, занимающихся проблемами перевода юмористических текстов, подчеркивается трудность, а иногда и невозможность осуществления передачи иноязычного юмора, выраженного с помощью разнообразных стилистических приемов и отличающегося культурно-национальной спецификой, с одного языка на другой. Во-вторых, актуальность исследования определена недостаточным научным описанием языковых приемов, посредством которых создается юмористический эффект в мультипликационных фильмах, а также способов их перевода на другой язык. Наконец, данная работа продолжает традиции лингвокультурологического направления многих лингвистических школ России и Запада и тем самым вносит вклад в развитие лингвокультурологии.

**Объектом** исследования являются стилистические средства создания юмора в мультипликационном фильме «Зверополис».

**Предметом** исследования являются приемы, используемые при переводе средств создания юмора в мультфильме на русский язык.

**Цель работы** – изучить и описать способы передачи юмористического эффекта при переводе английского юмора на материале английского полнометражного мультипликационного фильма.

Цель исследования обусловила решение в ходе работы следующих **задач**: 1) дать стилистическую характеристику скрипта как художественного текста; 2) описать стилистические средства выражения юмора; 3) выявить специфику перевода англоязычного юмора; 4) проанализировать стилистические средства создания юмора в мультфильме с позиции их перевода.

Работа состоит из введения, двух глав, заключения и списка используемой литературы. Во **введении** обосновывается актуальность исследования, определяются объект и предмет, ставятся цель и задачи, отражается теоретическая и практическая значимость. В **первой главе** дается стилистическая характеристика скрипта как художественного текста, описываются средства выражения юмора и специфика его перевода на другой язык. **Вторая глава** посвящена трудностям перевода юмора, выраженного стилистическими средствами, в мультфильме «Зверополис». В **заключении** подводятся итоги исследования, обозначаются перспективы.

**Список используемой литературы** включает 43 источника, из них девять на английском языке, 10 словарей, а также один источник иллюстративного материала.

**Общий объем** работы составляет 59 страниц.

## ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	4
ГЛАВА 1. ЮМОР В ХУДОЖЕСТВЕННОМ ТЕКСТЕ: ЯЗЫКОВЫЕ СРЕДСТВА ВЫРАЖЕНИЯ И СПОСОБЫ ПЕРЕВОДА .....	8
1.1. Стилистическая характеристика скрипта как художественного текста..	8
1.2 Средства выражения юмора.....	14
1.3 Специфика перевода англоязычного юмора .....	23
Выводы по первой главе.....	29
ГЛАВА 2. СТИЛИСТИЧЕСКИЕ ПРИЕМЫ ВЫРАЖЕНИЯ ЮМОРА В МУЛЬТИПЛИКАЦИОННОМ ФИЛЬМЕ «ЗВЕРОПОЛИС» .....	31
2.1. Средства выражения юмора в мультипликационном фильме «Зверополис» .....	31
2.2. Перевод англоязычного юмора в мультипликационном фильме «Зверополис» .....	43
Выводы по второй главе.....	55
ЗАКЛЮЧЕНИЕ .....	57
СПИСОК ИСПОЛЬЗУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ .....	60

## ВВЕДЕНИЕ

Одним из уникальнейших социальных явлений современности можно по праву считать юмор. Будучи одной из разновидностей искусства и тонким творением культуры, юмор играет важную роль в духовной жизни человека, поскольку данное явление охватывает все сферы жизни общества. Юмор – амбивалентен: с одной стороны, это демонстрация мира социума с его ценностями, с другой, – это выражение какой-либо стороны общественной оценки некоторых явлений, событий, обстановки, личности. Юмор имеет различные литературные формы – анекдот или шутка, монолог, диалог, рассказ и так далее. Невозможно представить современное общество без шутки. Существует много мнений о том, что практически невозможно перевести шутку на иностранный язык так, чтобы в полной мере передать ее смысл. Поэтому данная работа, направлена на освещение трудностей, возникающих при переводе английского юмора. Проблематика передачи юмора в различных текстах весьма остра. Так, например, актуальным остается вопрос перевода юмора в мультипликационных фильмах, анализу которых посвящено настоящее исследование.

В наше время мультипликационные фильмы являются чрезвычайно популярным жанром кинематографа как среди детей, так и взрослых. Это касается и полнометражных мультипликационных фильмов. Они имеют большие кассовые сборы и широкий круг зрителей. Являясь отражением картины мира носителей языка, мультфильм позволяет ближе познакомиться с их культурой. Чаще всего мультфильмы наполнены множеством комических моментов, что делает их еще более привлекательными для зрителей. В этой связи особое значение приобретают способы создания юмористического эффекта и особенности передачи его на другой язык.

**Актуальность** настоящего исследования определяется рядом моментов. Во-первых, она обусловлена необходимостью более тщательного изучения вопросов, касающихся особенностей англоязычного юмора и трудностей, возникающих у переводчиков при его передаче на русский язык.

Большинством ученых и переводчиков, занимающихся проблемами перевода юмористических текстов, подчеркивается трудность, а иногда и невозможность осуществления передачи иноязычного юмора, выраженного с помощью разнообразных стилистических приемов и отличающегося культурно-национальной спецификой, с одного языка на другой. Во-вторых, актуальность исследования определена недостаточным научным описанием языковых приемов, посредством которых создается юмористический эффект в мультипликационных фильмах, а также способов их перевода на другой язык. Наконец, данная работа продолжает традиции лингвокультурологического направления многих лингвистических школ России и Запада и тем самым вносит вклад в развитие лингвокультурологии.

**Объектом** исследования стали стилистические средства создания юмора в мультипликационном фильме «Зверополис».

**Предметом** исследования послужили приемы, используемые при переводе средств создания юмора в мультфильме на русский язык.

**Цель работы** – изучить и описать способы передачи юмористического эффекта при переводе английского юмора на материале английского полнометражного мультипликационного фильма.

Исходя из предмета и цели исследования, необходимо решить следующие **задачи**:

- 1) дать стилистическую характеристику скрипта как художественного текста;
- 2) описать стилистические средства выражения юмора;
- 3) выявить специфику перевода англоязычного юмора;
- 4) проанализировать стилистические средства создания юмора в мультфильме с позиции их перевода.

**Материалом** для исследования послужили шутки, отобранные методом сплошной выборки из мультипликационного фильма «Зверополис», общая продолжительность фильма 108 минут.

Для решения поставленных задач были использованы следующие **методы исследования:**

- переводческий анализ, позволивший осуществить анализ способов перевода,
- метод контекстуального анализа, посредством которого мы рассмотрели влияние контекста на шутку,
- метод лингвокультурологического анализа, с помощью которого мы рассматривали юмор как национально-культурное явление,
- метод лингвистического анализа, посредством которого мы проанализировали лингвистическую специфику юмора,
- метод стилистического анализа, посредством которого мы анализировали стилистические приемы выражения юмора,
- метод сплошной выборки, посредством которого из мультипликационного фильма были отобраны шутки для анализа.

**Новизна данной работы** заключается в том, что в ней впервые осуществляется стилистический анализ юмористических средств и их перевод на примере мультипликационного фильма.

**Практическая значимость** данной работы определяется возможностью использования материала исследования и его выводов для проведения занятий по практическому курсу перевода, при разработке практических и теоретических курсов по лексикологии и стилистике английского языка, интерпретации юмористического текста.

**Теоретической базой** исследования послужили труды Ю. Б. Борева, И. В. Арнольд, Т. А. Знаменской, В. Я. Проппа, С. И. Влахова и С. П. Флорина, С. Филда, С. Прайса, Н. Д. Фроловой, Е. Е. Кузнецовой, Т. А. Тонких, Е. Е. Жук, Л. В. Молчановой, С. А. Коноваловой, Y. Gambier, A. Ross и других.

**Структура работы:** Исследование состоит из введения, двух глав, выводов по каждой главе, заключения и списка используемой литературы.

Во **введении** обосновывается актуальность исследования, определяются объект и предмет, ставятся цель и задачи, отражается теоретическая и практическая значимость.

**В первой главе** дается стилистическая характеристика скрипта как художественного текста, описываются средства выражения юмора и специфика его перевода на другой язык.

**Вторая глава** посвящена специфике перевода юмора, выраженного стилистическими средствами, в мультфильме «Зверополис».

**В заключении** подводятся итоги исследования, обозначаются перспективы.

**Список используемой литературы** включает 43 источника, из них девять на английском языке, 10 словарей, а также один источник иллюстративного материала.

# ГЛАВА 1. ЮМОР В ХУДОЖЕСТВЕННОМ ТЕКСТЕ: ЯЗЫКОВЫЕ СРЕДСТВА ВЫРАЖЕНИЯ И СПОСОБЫ ПЕРЕВОДА

## 1.1. Стилистическая характеристика скрипта как художественного текста

Человек, будучи представителем определенной национальной культуры, будет всегда интересоваться культурой и менталитетом представителей иного этноса. Благодаря процессам глобализации и интеграции, проходящим в современном мире, люди знакомятся с чужой культурой и историей, представляют свою, обмениваются опытом и знаниями. Одним из способов ознакомления с иноязычной культурой является кинематограф, поскольку именно сфера визуального, становясь в наши дни приоритетным способом познания мира, по мнению Д. Д. Миронова и Т. Ф. Ляпкиной, «служит мощным полем для репрезентации культурных смыслов» [16, с. 256].

Одной из составляющих кинематографа является мультипликация. Просмотр иноязычных мультфильмов дает возможность познакомиться с иной культурой, погрузиться в историю и традиции ее представителей. Красочное и точное отражение картины мира (в том числе языковой) представителей определенной культуры – достаточно частое явление в иноязычных мультипликационных фильмах. Однако представителям иных культур не всегда доступно понимание реалий, упомянутых в мультфильмах. Так, например, носителям русского языка иногда довольно трудно уловить смысл, вложенный в то или иное высказывание, поскольку стилистические средства, вербализующие определенную мысль, требуют дополнительного разъяснения. Наибольшую трудность для понимания вызывает иноязычный юмор, поскольку это тот уникальный феномен культуры, который охватывает, наверное, все сферы человеческой жизни. Следовательно, понимание иноязычного юмора должно означать понимание жизни представителей этой иноязычной культуры.

Юмор в любой культуре является одним из способов отношения к жизни, восприятия злободневных проблем, демонстрацией представлений народа о комическом. Мультипликационные фильмы не являются в этом смысле исключением. Юмор (как ситуативный, так и языковой), заключенный в мультфильмах, является ярким отражением национального менталитета, мировоззрения, образа жизни нации, на языке которой создан мультипликационный фильм.

Сложность восприятия иноязычного юмора, а также способы его передачи на другой язык обуславливают необходимость рассмотрения стилистической составляющей мультипликационного фильма, являющейся одним из средств выражения комического. Стилистическую составляющую мультипликационного фильма мы рассмотрим через анализ его сценария. Для этого в первую очередь обратимся к ключевым для нашего исследования понятиям и дадим им определение, воспользовавшись словарями.

Основными понятиями в нашем исследовании становятся понятия «анимация», «мультипликационный (анимационный) фильм» и «сценарий» (или «сценарий»).

Анимация, или мультипликация (от *англ.* animation – оживление, одушевление) – «вид искусства, основанный на создании иллюзии движения предметов, рисованных, кукольных, компьютернографических и иных объектов методом покадровой съемки или визуализации последовательных фаз» [34, с. 16].

Схожее определение предлагается в «Большой российской энциклопедии», в которой анимация трактуется как «синтетическое аудиовизуальное искусство, в основе которого лежит иллюзия оживления созданных художником объёмных и плоских изображений или объектов предметно-реального мира, запечатлённых покадрово на кино- и видеоплёнке или на цифровых носителях» [33].

Приведенные определения позволяют прийти к пониманию анимации как вида художественного творчества. Произведением этого творчества является мультипликационный фильм.

Мультипликационный фильм – это «фильм, выполненный с помощью покадрового запечатления созданных художником изображений на различных носителях, и предназначенный для демонстрации зрителям в кинотеатре, по телевидению, в сети интернет» [33].

Являясь смесью искусства и научных достижений, мультипликационный фильм требует определенного подхода к написанию сценария для него. История мультипликации насчитывает множество принципов подачи материала в фильме, однако природа киносценария не меняется, несмотря на различные технологические процессы.

Аналитик в области киносценариев Сид Филд пишет, что киносценарий – это «помещенная в контекст драматургической структуры история, рассказанная в картинках с использованием диалогов и описаний» [25, С. 13]. Специалист утверждает, что написание киносценария требует творческого подхода, что это довольно трудная, но при этом интересная деятельность, которой можно научиться любому желающему. Процесс написания киносценария сводится к следующим этапам:

- придумывание персонажей;
- создание драматургического замысла с драматургическими обстоятельствами;
- создание препятствий для персонажей;
- развязка [25, С. 13].

По определению И. Балакаева, киносценарий представляет собой «состоящее из эпизодов литературное произведение с художественным замыслом и образным строем, предназначенное для воплощения на экране» [34, с. 168].

Таким образом, под киносценарием мы понимаем литературное произведение, являющееся основой для создания фильма.

Синонимичным для киносценария является понятие «скрипт». В Кембриджском словаре предлагается следующее толкование этого понятия: «the words of a film, play, broadcast or speech» [40] (слова фильма, пьесы, радиопередачи или устного выступления – *перевод наш В.Л.*). Под скриптом также понимается «последовательность команд, инструкций на сценарном языке, используемая для описания поведения персонажа» [36]. По определению Е.Н. Шагаловой, скрипт – это «набросок, канва сценария видеоролика» [39, с. 270]. Таким образом, применительно к мультипликационному фильму скрипт – это описанный в текстовой форме сюжет, лежащий в основе мультипликационного фильма. Согласно скрипту, в определенный момент времени герои произносят реплики, предварительно заключенные в текстовой форме. Следовательно, мультипликационный фильм – это своего рода текст, имеющий визуальную информацию и производимый героями мультфильма.

В основе скрипта к мультипликационному фильму лежит художественный текст, обладающий всеми признаками этого вида текста. Е.Б. Борисова и Л.С. Большакова считают, что скрипт содержит характеристики нескольких жанров (рассказа, стихотворения, драматического произведения), в связи с чем предлагают обозначить скрипт как один из жанров стиля художественной литературы [4].

В частности, художественный текст скрипта характеризуется наличием разностилевых элементов: разговорного, научного, публицистического. Примером подобного синтеза может послужить русскоязычный мультипликационный сериал «Барбоскины», герои которого используют в своей речи элементы разговорного (большинство героев говорят на молодежном сленге, используют эмоционально-экспрессивные единицы) и научного (в речи героя Гены преобладает терминология, своеобразный стиль изложения некоторых мыслей) стиля.

Как отмечает В.А. Пищальникова: «художественный текст можно определить как коммуникативно направленное вербальное произведение,

обладающее эстетической ценностью, выявленной в процессе его восприятия» [18, с. 3]. Из этого следует, что художественный текст – это текст, специализированный на передаче эстетической информации. Художественный текст является плодом художественного стиля, который характеризуется крайне неоднородным составом, то есть, включает в себя элементы, относящиеся к другим функциональным стилям, но все они, по мнению И.С. Алексеевой, чаще всего подчинены эстетической функции. Исследователь подчеркивает, что элементы, несущие в себе когнитивную или эмоциональную информацию, будут также подчинены эстетической информации.

Если рассматривать средства оформления эстетической информации в художественном тексте, нам не удастся отметить все, так как перечень их бесконечен. В связи с этим отметим некоторые из них: эпитеты, сравнения, метафоры, метонимия, синекдоха, олицетворение, литота, авторские неологизмы, каламбур, ирония, «говорящие» имена и топонимы и т.д.

Средства поэтического синтаксиса, в числе которых следует назвать анафору, эпифору, инверсию, градацию, оксюморон, хиазм и ряд других средств, составляют активный стилистический фонд художественной речи.

Таким образом, сценарий и скрипт – это литературное произведение с подробным описанием сюжета, характеризующееся наличием диалогов и описаний, которые, в свою очередь, являются неотъемлемой частью художественного текста. Н.Д. Фролова и другие подтверждают эту мысль своим высказыванием: «Являясь планом литературного произведения и сюжетной схемой, по которой создаются представления в театре, кинофильмы, массовые зрелища, сценарий характеризуется двумя особенностями – адресацией очень узкому кругу читателей (руководству, режиссеру, оператору, светотехнику) и предназначенностью для режиссера» [26, с. 70-72].

С. Прайс пишет: «Чтобы полностью понять, как работают киносценарии, мы должны понять их синтаксическую организацию» [30, с.

131]. Очевидно, что он имел в виду макро- и микроструктуру сценария. Микроструктуру сценария составляют слова и словосочетания, вызывающие определенный эстетический эффект, а также практически все средства оформления эстетической информации в художественном тексте, перечисленные выше. К макроструктуре сценария относятся сцены.

Е.Б. Борисова и Л.С. Большакова отмечают, что скрипт, будучи литературным произведением, «не обладает четкими параметрами жанровой организации, сочетая в себе такие жанры, как короткий рассказ, стихотворение в прозе, классическое стихотворение, а стилистические особенности скрипта видятся в его образности, создающейся посредством различных тропов – метафор, эпитетов, сравнений, выполняющих эмоционально-экспрессивную функцию» [4, с. 208]. Подобной позиции относительно скрипта придерживается Е.Е. Кузнецова, которая подчеркивает, что «действие в скрипте описывается не механистически, а красочно, представляя развивающуюся историю, психологическое состояние героев, что приводит к необходимости использования (с целью визуализации текста) разнообразных стилистических приемов – сравнений, метафор» [14, с. 183-184]. Исследуя стилистические особенности скриптов, автор называет среди них следующие:

- наличие титров (для обозначения времени и места действия, для разделения фильма на отдельные акты) и субтитров (если герой говорит на иностранном языке);
- изобразительно-выразительные средства повествования;
- диалог [14].

Таким образом, мы можем утверждать, что скрипт является одним из литературных жанров, имеющих большое количество признаков художественного текста (образность, выразительность, диалогичность). Однако от обычного художественного текста его отличает направленность на визуальное повествование.

## 1.2. Средства выражения юмора

Сценарии многих произведений, как мы уже доказали, можно отнести к художественному тексту. Художественный текст характеризуется наличием разнообразной лексики, и одним из отличительных признаков художественного текста является широкое употребление средств выражения юмора.

Обратимся к определению такого явления как юмор.

Согласно толковому словарю Даля, «юмор – веселая, острая, шутливая складка ума, умеющая подмечать и резко, но безобидно выставлять странности нравов или обычаев» [35].

Толковый словарь под редакцией Ушакова трактует юмор как «незлобивую насмешку, добродушный смех; проникнутое таким настроением отношение к чему-нибудь (к чьим-либо недостаткам, слабостям, к злоключениям и т. п.)» [38].

В толковом словаре MerriamWebster [41] юмор определяется как «that quality which appeals to a sense of the ludicrous» (то качество, которое вызывает смех – перевод наш – *В.Л.*).

Авторы «Оксфордского словаря английского языка» интерпретируют юмор как «the quality in some thing that makes it funny; the ability to laugh at things that are funny» (то, что вызывает веселье; способность смеяться над забавными вещами – перевод наш – *В.Л.*). Иными словами, авторы словаря трактуют юмор как «способность к восприятию смешного или забавного или выражению этого в речи, в письменной или другой форме; шутливый образ или трактовка объекта» [42].

В качестве синонимов к понятию «юмор» словарные статьи предлагают понятия «шутка», «комедия», «фарс», «ирония», «острота», «сарказм», «забавный случай», «потешность», «чужачество», «насмешка», «смехотворность» и другие.

Несмотря на высокую популярность исследований юмора в научной и методической литературе все еще отсутствует общепринятая, универсальная

и всесторонняя дефиниция понятия «юмор». Тем не менее, приведенные в настоящем исследовании определения позволяют нам убедиться в чрезвычайной широте понятия «юмор» в силу способности данного феномена характеризовать и слова, и действия, и психологию человека, воспринимающиеся другими как забавные, смешные. Следовательно, говоря о юморе, мы подразумеваем не только умение видеть, демонстрировать и понимать смешное, но и способность снисходительно-насмешливо относиться к чему-либо или кому-либо.

Из выше сказанного следует амбивалентность природы юмора. С одной стороны, юмор выражает часть общественного опыта человека – накопленные материальные и духовные ценности. С другой стороны, юмор – это качественная особенность человеческой деятельности, показывающая соответствие принятым в обществе нормам и порядкам. Значит, юмор – это своеобразная оценка обществом каких-либо явлений, событий, обстановки, человека.

Находясь в процессе коммуникации, представители разных культур и этносов нередко сталкиваются с проблемой непонимания юмора в силу, во-первых, незнания не только культурных реалий страны, но и глубинных достоинств культуры, в число которых входят нормы и ценности того или иного культурного сообщества, во-вторых, невозможности оценить юмор, основанный на игре слов.

Далее нам необходимо рассмотреть типичные черты американского юмора. Это связано с тем, что мы анализируем продукт американской мультипликационной студии “Disney”.

Т.А. Тонких отмечает, что американцам присуще редкое использование иронии [23]. Многие считают, что американцы не понимают иронии. Однако это не совсем так. Представители американского этноса прекрасно понимают иронию, но не считают необходимым использовать ее часто. Кроме того, если американец иронизирует, он обязательно укажет собеседнику на это, поскольку он чувствует потребность сделать шутку более очевидной.

Очевидность и продвинутость шуток американцев доказывают фарсовую принадлежность американского юмора. Тем не менее, нельзя говорить, что американский юмор не глубок и не интересен. Американский юмор – смешной, он подразумевает реакцию публики – смех. Пошутив, американец выжидает паузу, в течение которой предполагается реакция собеседников. Американский юмор нацелен на широкую аудиторию. Ему присущи преувеличения, крикливость и «кривляния» [22].

Что касается тем, на которые могут пошутить американцы, то их много:

- национальные особенности (американцы любят пошутить про канадцев и поляков);
- политика и экономика;
- знаменитости;
- исторические персонажи и т. д.

Сугубо национальной темой американских шуток является тема «юристы».

Еще одна особенность американского юмора – дерзость и грубость (хотя ему не чужда тонкость и доброта).

О.М. Месропова, исследователь американских юмористических текстов, выделяет следующие особенности американского юмора:

«- кажущееся отсутствие скрытого смысла, ироничная прямота либо двойной смысл;

- полная эксплицитность, «досказанность», детальное разъяснение, отсутствие недомолвок, абстрактности;

- высмеивание глупости, недалекости, человеческой приверженности к низменным поступкам;

- доведение нелепой ситуации до крайности, невероятной несуразицы, гротеска, абсурда;

- использование немислимых на первый взгляд сравнений, преувеличений, каламбура» [15, с. 66-67].

Исследовательница Е.Е. Жук в своей статье «Лингвокультурные особенности британского и американского юмора» (2013) говорит о следующих особенностях американского юмора:

- национальный американский юмор – умный, бесшабашный, открытый;
- призван разрядить напряженную обстановку;
- склонен к преувеличениям (гиперболизация);
- размытость культурных стандартов, проявляющаяся в грубоватом нанизывании несуразиц и нелепостей в беспорядке и зачастую без всякого смысла и цели;
- «черный» юмор [9, с. 22-27].

Юмористический эффект в любом художественном произведении создается за счет разнообразных приемов и средств. Это могут быть тропы (метафора, олицетворение, сравнение, метонимия, эпитет и другие), стилистические средства (ирония, парадокс, нелепость, намек и другие), а также ряд лингвистических приемов, среди которых можно назвать обыгрывание полисемантической слов, абсурдность (семантическая, логическая, оценочная), эффект обманутого ожидания, говорящие имена, лингвистическое обыгрывание идиоматических выражений (фразеологизмов, паремий, афоризмов) и другие. В целом можно сказать, что комический эффект создается посредством множества приемов, классифицировать которые довольно сложно ввиду их многообразия и принадлежности к явлениям разного порядка. Остановимся на некоторых из них и опишем их подробнее.

Итак, комический эффект может создаваться за счет использования **метафоры**. Комизм при ее использовании достигается в том случае, когда метафорический образ резко противопоставляется контексту, включает в себе преувеличение или преуменьшение. Показательным примером может послужить использование метафоры Дж. К. Джеромом в его произведении «Трое в лодке, не считая собаки». Так, автор использует возвышенную

метафору по отношению к едва живой бродячей грязной собаке: *be snatched up to the bright skies in chariot* (букв. *Быть подхваченной к ясным небесам на колеснице*).

Так называемые «стертые» и «смешанные» метафоры тоже могут стать основой создания комического эффекта.

**Олицетворение** способствует созданию комизма в тех случаях, когда какому-либо абстрактному понятию, ассоциирующимся с чем-то возвышенным, великим, приписываются свойства или поведение мелочные, «низкие», не соответствующие устойчивому образу. Комический потенциал олицетворения усиливается, по мнению Ю.Б. Борева, «при его сочетании с приемом овеществления людей и распространенного сравнения их с животными, птицами, насекомыми и неодушевленными предметами» [3, с. 224]. Например, комическое олицетворение мы обнаруживаем в пословице о корове: *The cow know not what her tail is worth until she has lost it*. В данном случае хвосту «приписывается» высокая ценность, которую человек (в пословице он показан через образ коровы) осознает, когда теряет вещь.

**Образное сравнение** – «фигура речи, состоящая в уподоблении одного предмета другому, у которого предполагается наличие признака, общего с первым» [2]. Комический эффект достигается за счет неожиданности, противоречивости или двусмысленности образа, заключающегося в сравнении [31, с. 34]. Так, например, веселая поездка сравнивается со звоном похоронных колоколов, что неожиданно и парадоксально, следовательно, комично: *All went merry as funeral bell*.

**Эпитет** – это троп, основанный на образном определении. Комический эффект достигается в том случае, когда эпитет интенсифицирует характеристики описываемых людей или животных. Например, *wicked world*, *impartial animal*.

Для создания комического эффекта также может использоваться **метонимия** и одна из ее разновидностей **синекдоха**. Метонимия широко используется для создания игры слов, например, в тех случаях, когда

контекст актуализирует буквальное значение, таким образом, создавая контраст или противоречие с переносным значением. Например, “*Me,*” *said a white-aproned voice in the rear.*

**Гипербола** – троп, состоящий в намеренном преувеличении. Гипербола является мощным средством создания комизма, благодаря эффекту деформации явлений. Так, например, Дж. К. Джером посредством гиперболы подчеркивает обжорство одного из персонажей произведения: *to take a few more hundred weight of provisions.*

**Литота и мейозис** – тропы, состоящие в намеренном преуменьшении свойств или качеств чего-либо. Комический эффект достигается так же, как и в случае с гиперболой, благодаря эффекту деформации явлений. Особенно ярко комический потенциал преуменьшения реализуется в сочетании с преувеличением. Так, например, размеры города Лондона намеренно искажаются с целью показать, что несмотря на свой большой размер в реальности, этот город кажется крошечным, когда живешь с тетей Агатой, от которой некуда скрыться: *I know that London is a biggish city, but, believe me, it isn't half big enough for any fellow to live in with Aunt Agatha when she's after him with the old hatchet.*

**Повтор** – троп, основанный на повторении звуков, слов, выражений и т.д. в известной последовательности. В зависимости от характера повторяющихся элементов повтор бывает фонетическим, морфологическим, лексическим, синтаксическим и т.д. А.С Трач видит комический потенциал повтора в его неожиданном использовании [24]. Так, например, синтаксический повтор (повтор словосочетания) создает комический эффект в поговорке *More know Tom Fool than Tom Fool knows* (букв. *Многие знают дурака Тома, а он – лишь немногих*). Разновидностью повтора являются **плеоназм** и **амплификация** – тропы, основанные на дублировании смыслового элемента (одно и то же значение выражается посредством нескольких единиц) [24]. Например, комичными выглядят попытки встроить логичное размышление посредством нагромождения слов с одним и тем же

значением: *Jim is my enemy. But it turns out that Jim is also his own worst enemy. And the enemy of my enemy is my friend. So Jim, is actually my friend. But, because he is his own worst enemy, the enemy of my friend is my enemy so actually Jim is my enemy*».

**Зевгма (силлепсис, семантический силлепсис)** создает комизм благодаря эффекту обманутого ожидания [2, с. 153]. Например, *On top of everything, only two weeks to go until birthday, when will have to face up to the fact that another entire year has gone by, during which everyone else except me has mutated into Smug Married, having children plop, plop, plop, left right and centre and making hundreds of thousands of pounds and inroads into very hub of establishment, while I career rudderless and, boyfriendless through dysfunctional relationships and professional stagnation.*

**Оксюморон** – «фигура речи, состоящая в соединении двух антонимических понятий (двух слов, противоречащих друг другу по смыслу)» [2, с. 274]. Столкновение двух несовместимых понятий привлекает внимание к противоречию, вызывает неожиданные ассоциации. Например, *And faith unfaithful kept him falsely true.*

**Стилистическая окраска** – «экспрессивное свойство лингвистического средства, накладывающееся на его основное, или предметно-логическое, значение» [2, с. 273]. Комизм создается посредством обыгрывания несоответствия между формой и содержанием. Иными словами, стилистические возможности языка в юмористических произведениях часто используются в виде **столкновения** в одном тексте разностилевых элементов, смешения регистров и стилей речи. При этом сила комического эффекта зависит от количества межстилевых различий [21]. Например, *My experience is that he less you want a fellow, the more punctual he's bound to be, and I had had a vision of the old lad pacing the rug in my sitting room, saying 'He cometh not!' and generally hotting up.*

Отступление от нейтральной речи может выражаться и в использовании **эвфемизма** – «слова или словосочетания, употребляющегося

вместо наименований прямых и более точных, но признаваемых в условиях общения неприличными или грубыми. Комедийный эффект может создаваться с помощью гиперболизации эвфемизма (когда замена производится там, где в ней нет необходимости) или же в его неузульности, индивидуальности» [21, с. 54]. Например, *There was a dispute – about nothing that matters – and the five fingered words were passed<...>*.

Для создания комического эффекта могут использоваться и **имена собственные** (например, фамилии и прозвища), с помощью которых автор «либо намекает на свойства изображаемых им героев, либо создает контраст имени, говорящем о каких-то положительных качествах, и отрицательного характера персонажа или наоборот» [18, с. 104-107]. Комический эффект создается и за счет обыгрывания внутренней формы фамилии или имени.

Например:

- *Can Mr Herring swim?*

- *Like several fishes!*

В английском языке есть множество средств создания новых слов, что часто используется для повышения экспрессивности и создания комического эффекта. Неузуальное творческое словообразование создает комический эффект своей новизной, необычностью. Результатом его становятся **окказионализмы**, демонстрирующие индивидуальность авторского слова, созданного писателем по существующим в языке моделям в соответствии с законами словообразования языка [37]. Например, *A ludicrous be-knickerbockered butler was banging a cherub-shaped hammer on a bronze flower-decked lectern.*

Комический эффект также может создаваться за счет использования стилистического приема **антитеза** – «фигура речи, состоящая в антонимировании сочетаемых слов (лексико-фразеологических, фонетических, грамматических единиц), воплощающих контрастное восприятие художником действительности» [2, с. 46]. Например, антитеза

создает комический эффект в пословице: *Marry in haste and repent at leisure* (букв. *Жениться на скорую руку и покаяться на досуге*).

Особым комическим средством является **каламбур** – «фигура речи, состоящая в юмористическом (пародийном) использовании разных значений одного и того же слова или двух сходно звучащих слов» [2, с. 182]. С.П. Флорин и С.И. Влахов пишут: «Комический эффект в каламбуре создается при столкновении или, напротив, неожиданном объединении двух несовместимых значений в одной фонетической (графической) форме» [6, с. 289-290].

Каламбур, как отмечает В.С. Виноградов, «создается посредством различных созвучий, омонимов, паронимов, полисемии, видоизменения устойчивых сочетаний» [5, с. 199]. Комизм с помощью каламбура создается «на эффекте обманутого ожидания либо на эффекте комического шока» [20, с. 159].

Каламбур состоит из двух частей, одна из которых представлена словом или сочетанием слов, а вторая – словом, сочетанием слов или контекстом (эксплицитным или имплицитным). Эти части связаны, с одной стороны, общностью формы, а с другой – различием или противопоставлением в значении, на котором и строится комедийный эффект. Отношения между частями основаны либо на эффекте «обманутого ожидания», либо на эффекте «комического шока». Например, *Now you may look around and see two groups here: white-collar and blue-collar. But I don't see it that way, and you know why not? Because I am collarblind.*

Еще одним средством создания комического эффекта служит **аллюзия** – «ссылки на эпизоды, имена, названия и т.д. мифологического, исторического или собственно литературного характера» [21, с. 57].

В ряду других средств создания комического особняком стоит **ирония** – «троп, состоящий в употреблении слова в смысле обратном буквальному с целью тонкой или скрытой насмешки; насмешка, нарочито облеченная в форму положительной характеристики или восхваления» [2, с.

178]. К.А. Воробьева отмечает: «Оценка иронии и ее восприятие как комического зависит в большей мере от способа и ситуации ее употребления и от того, на кого она направлена. Истинный смысл иронического высказывания часто формируется из коннотаций, недоговоренностей, метафор, при этом неимоверно возрастает роль широкого контекста. Еще одной особенностью иронии является тот факт, что для своей реализации в тексте она может использовать и другие языковые средства комизма» [7, с. 202-203]. Например, «*You must meet old Rowbotham, Bertie. A delightful chap. Wants to massacre the bourgeoisie, sack Park Lane and disembowel the hereditary aristocracy*».

Подводя итог, можно отметить, что любые выразительные средства, существующие в языке, обладают потенциалом создания комического эффекта, если их использование ведет к наличию какого-либо противоречия, контраста ожидаемого и неожиданного, реального и мнимого, «высокого» и «низкого» и т.д.

Таким образом, рассмотрев основные нюансы, мы можем сказать, что юмор создается за счет многообразия языковых средств, которые должны не только соответствовать каким-то закономерностям, но также учитывать этнокультурные, культурологические фоновые знания. В отношении американского юмора – как правило, он предельно конкретен, прост.

### **1.3. Специфика перевода англоязычного юмора**

Трудности перевода юмора обусловлены как лингвистическими, так и экстралингвистическими и культурологическими причинами. Так, например, экстралингвистические причины видятся в следующем: являясь отражением национального менталитета, юмор иллюстрирует наиболее злободневные проблемы современной жизни. С лингвистической точки зрения, в юмористических произведениях чрезвычайно широко представлен весь спектр лингвостилистических средств создания комизма [17]. Все это затрудняет перевод юмористических произведений. Облегчению процесса

перевода, а главное, тонкой передаче юмористического тона не всегда может способствовать даже идеальное владение иностранным языком.

Несмотря на весомый объем материалов, посвященных способам перевода юмористических произведений, переводчики до сих пор сталкиваются с определенными трудностями при передаче английских юмористических единиц на русский язык.

По данным лингвистического портала английского языка, юмор в лингвистике делят на три основных группы. В зависимости от принадлежности к той или иной группе он характеризуется особой передачей на другой язык.

1) **Универсальный** (понятный и легко опознаваемый представителями любой национальности, так как в его основе лежат общечеловеческие универсальные реалии, юмористичность создается за счет комизма ситуаций). Данный тип юмора передается на другие языки, как правило, без особых трудностей.

2) **Основанный на компоненте исходной культуры.** Шутки базируются на культуре исходного языка. Такой тип юмора гораздо сложнее передать на другой язык, так как в языке перевода часто отсутствует аналогичный фон. Этот юмор часто остается непонятым представителями иных культур и не вызывает ожидаемой реакции.

3) **Лингвистический.** Данный тип юмора основывается на игре слов, которая чаще всего является непереводаемой. Рассмотрим подробнее этот тип юмора.

С.И. Влахов и С.П. Флорин в книге «Непереводимое в переводе» выделяют различные виды каламбуров. Самыми распространенными видами каламбура являются следующие:

1. Обыгрывание корней или частей слов, а также фонемы или графемы.  
Например:

Оригинал: *do cats eat bats – do bats eat cats*

Перевод: *едят ли кошки мышек – едят ли мышки кошек.*

В приведенном примере переводчик осуществляет буквальный перевод, сохраняя при этом и смысл фразы, и оригинальный каламбур.

2. Каламбур, основанный на многозначности слова. Например:

Оригинал: *Mine is a long and sad tail*

Перевод: *Этой страшной истории с хвостиком 1000 лет*

Английское слово *tail* имеет такие значения как «рассказ» и «хвост». В обоих вариантах возникает двусмысленное понимание фразы – возникает сомнение либо речь идет об истории, либо о хвосте (в русском варианте – об истории о хвосте). Поэтому при переводе важно учитывать контекст.

3. Игра слов, основанная на омонимах или омографах. Например,

- *You see, this hat costs only twenty dollars. Good buy!*

- *Yes, good-bye, twenty dollars.*

В приведенном примере словосочетание «good buy» омонимично. Это и «удачная покупка», и «до свидания». В устной речи определить правильное значение будет достаточно сложно, поэтому необходимо опираться на контекст.

4. Многозначность грамматических конструкций и перенос смысловых акцентов с традиционного компонента на неожиданный, создавая эффект нарушения пресуппозиции. Например:

- *Who likes moving pictures? – (most of the men step forward)*

- *All right, you fellows carry the pictures from the basement to the attic.*

Словосочетание «moving pictures» можно понять как «кинофильм», и как «переносить картины». В русском языке существует подобный этому анекдот:

- *Кто поедет копать картошку? – (шагнули вперед только несколько человек),*

- *Замечательно, остальные пойдут пешком.*

5. Использование одного слова, подразумевая другое, близкое по произношению. Например:

Оригинал: *Reeling and writhing, ambition and distraction.*

Перевод: *Почитание, уважение, давление и искажение.*

В английском варианте подразумеваются *reading and writing, division and subtraction.*

6. Каламбуры с именами собственными, или «говорящими фамилиями». Так, например, в произведениях Н.В. Гоголя персонажи, как правило, обладают говорящими фамилиями, успешный перевод которых без искажения вложенного писателем смысла требует особого профессионализма переводчика. Так, например, на наш взгляд, удачно переведен антропоним Никита Волокита («Мертвые души») как Vitaly Dillydally. Переводчик использовал прием семантического перевода, при этом ему удалось сохранить рифму антропонима-оригинала, но пришлось изменить само имя персонажа – Виталий. Фамилия образована путем сложения слов *dilly* – придурковатый и *dally* – носиться.

С.А. Коновалова описывает три возможных способа передачи на другой язык юмористических текстов, содержащих культурные реалии или основанных на игре слов:

- 1) исключение шутки из перевода (в некоторых случаях это вполне оправдано);
- 2) буквальный перевод шутки с сохранением исходной информации, но потерей комического элемента;
- 3) адаптация шутки в языке перевода [13].

Описательный перевод и перевод с комментариями является крайне неудачным при переводе шуток, поскольку такие приемы разрушают шутку, построенную на конкретных лексемах в их непосредственной связи друг с другом в высказывании.

Л.В. Молчанова описывает некоторые частные приемы передачи английской шутки на русский язык в литературных произведениях:

- 1) перевод-изложение, основанным на вольном переложении, при котором общее содержание оригинала передается на другом языке независимо от формы оригинала.

*«Общее мнение собравшихся горожан сводилось к тому, что «все там будем» и что бог дал, бог и взял».*

*– «The general opinion of the assembled citizens could have been summed up as "We all have to go sometime" and "What the Lord gives, the Lord takes back"».*

2) денотативные преобразования. Например:

*«Да пошел ты к черту!» – «Go to the devil»*

*«Голубой воршика» – «The Bashful Chiseller»*

3) генерализация. Например:

*«Европа нам поможет» – «Europe will help us»*

*«Я – художник, окончил ВХУТЕМАС (Высшие художественно-технические мастерские)»*

*– «I'm an artist, a graduate of the Higher Art and Technical Workshops...»*

4) конкретизация. Например:

*«Может быть, тебе дать еще ключ от квартиры, где деньги лежат...»*

*– «Perhaps you'd also like the key of the apartment where the money is...»*

5) дефразеологизация и фразеологизация. Например:

*«Безенчук пил горькую» – «Bezenchuk drank like a fish»*

*«Батистовые портянки будем носить, крем Марго кушать».*

*– «We'll be wearing cambric footcloths and eating Margo cream».*

б) изменение порядка слов и типа предложения;

*«Двояковогнутые стекла его пенсне пучились белым прожекторным светом. Молодые стояли, как барашки».*

*– «The biconcave lenses of his pince-nez flashed white like searchlights. The young couple stood in awe» [17, с. 103].*

Рассуждая о способах перевода юмора, необходимо обратить особое внимание на аудиовизуальный перевод, поскольку в настоящем исследовании речь идет о переводе юмора в мультфильме, который представляет собой креолизованный текст, где синтезируются знаки

нескольких семиотических систем, в частности, аудиокomпонент сочетается с визуальным. Перевод мультипликационного фильма (как и любого кинотекста) – это не просто передача вербального компонента. Переводчику необходимо ориентироваться на визуальный компонент, транслируемый через экран. Ведь этот компонент не всегда в точности дублирует (подкрепляет) вербальный. В некоторых случаях визуальный ряд может даже противоречить вербальному сообщению. Трудность аудиовизуального перевода заключается в том, что «переводчик, зная о содержательных различиях между оригинальным и переводным текстом и реагируя на это знание, может испытывать когнитивный диссонанс» [8, с. 199]. Занимаясь переводом мультфильмов, тексты которых пестрят каламбурами, культурными реминисценциями, переводчик также испытывает когнитивный диссонанс, поскольку «при аудиовизуальном переводе у переводчика, можно сказать, «связаны руки», ведь каламбуры могут опираться на некоторые невербальные знаки, а комичность того или иного фрагмента может основываться именно на связи вербальных и невербальных средств выражения» [10, с. 257].

Таким образом, мы можем сделать ряд выводов. Во-первых, тексты с юмористическими компонентами вызывают трудности при переводе. Во-вторых, перед переводчиком стоит выбор способов перевода юмористического эффекта, обусловленный конкретным текстом и различными внеязыковыми и языковыми факторами. В-третьих, не существует одного универсального приема для передачи юмора, однако наиболее удачным можно считать создание переводчиком собственного каламбура, основанного на тех же средствах, что и у автора оригинального произведения, при этом не потерявшего близкой связи со значением оригинала и обязательно с учетом контекста. В-четвертых, если речь идет об аудиовизуальном переводе, то переводчику необходимо опираться не только на вербальное сообщение, но и визуальный компонент.

## Выводы по первой главе

Первая глава настоящего исследования была посвящена теоретическому осмыслению особенностей англоязычного юмора и способов его перевода.

В ходе работы над главой мы остановились на следующих вопросах: стилистических особенностях скрипта, общем понимании юмора и средствах его выражения, лингвокультурных особенностях и специфике перевода англоязычного юмора.

Было выяснено, что многие авторы относят сценарий к художественному тексту, аргументируя свою точку зрения наличием диалогов, описаний и стилистических маркеров в скрипте.

Подробное рассмотрение понятий «скрипт» и «художественный текст» позволило выявить сходство их характеристик и существенное отличие, заключающееся в направленности скрипта на наличие визуального ряда.

Общее понимание юмора, как одного из явлений, обладающих лингвокультурной спецификой, основано на амбивалентности природы этого феномена: с одной стороны, юмор выражает часть общественного опыта человека, с другой стороны, юмор – это качественная особенность человеческой деятельности, показывающая соответствие принятым в обществе нормам и порядкам. Иными словами, юмор – это некая оценка обществом определенных явлений, событий, обстановки, человека.

Спецификой американского юмора является создание шуток на обиходные темы, склонность к объяснению своих шуток с целью избежать непонимания.

Юмористический эффект может быть создан большим многообразием лингвостилистических средств, среди которых особое место занимают стилистические фигуры и тропы.

Специфика перевода англоязычного юмора заключается в следующем: – во-первых, юмористические тексты вызывают сложности при переводе;

- во-вторых, переводчик должен выбирать способы передачи комического эффекта, опираясь на конкретный текст и различные внеязыковые и языковые факторы;

- в-третьих, не существует одного универсального приема для передачи юмора, однако наиболее удачным можно считать создание переводчиком собственного каламбура, основанного на тех же средствах, что и у автора оригинального произведения, при этом не потерявшего близкой связи со значением оригинала и обязательно с учетом контекста;

- в-четвертых, аудиовизуальный перевод должен осуществляться с опорой не только на вербальную составляющую оригинального текста, но и его визуальный компонент.

## **ГЛАВА 2. СТИЛИСТИЧЕСКИЕ ПРИЕМЫ ВЫРАЖЕНИЯ ЮМОРА В МУЛЬТИПЛИКАЦИОННОМ ФИЛЬМЕ «ЗВЕРОПОЛИС»**

### **2.1. Средства выражения юмора в мультипликационном фильме «Зверополис»**

В первой главе мы подробно рассмотрели, что представляет собой мультипликационный фильм. Теперь нам необходимо дать характеристики конкретного мультипликационного фильма «Зверополис» – анимационного творения студии *Walt Disney Pictures*, и далее провести анализ стилистических средств выражения юмора.

На сайте «КиноПоиск» [12] мультипликационный фильм «Зверополис» относят к следующим жанрам: мультфильм, комедия, криминал, детектив, приключения, семейный. То есть, мультфильм относится к юмористическому жанру. Сюжет «Зверополиса» весьма увлекателен: в нем присутствует большое количество отличного юмора, детективная история, преступность, оформленные в комическую обертку.

В вымышленном городе, населенном антропоморфными животными, которые в свою очередь поделены на социальные слои, имеющем развитую инфраструктуру, главная героиня картины – добрая и наивная зайчиха Джуди Хопс, несмотря на предрассудки, стереотипы и запрет родителей, исполняет детскую мечту и отправляется на службу в Зверополис. Изначально она сталкивается с определенными трудностями и непониманием со стороны коллег, занимается выписыванием штрафов на парковке, и, на удивление всем, впоследствии становится начальником отдела. В городе процветает преступность: странным образом исчезают несколько влиятельных жителей. Джуди берется за расследование этого дела, а помогает ей в этом мошенник и плут лис по имени Ник Уайлд. Сама идея очеловечивания животных не является новой, но впервые в мультфильме показано мирное сосуществование хищников и травоядных.

«Зверополис» можно назвать в некотором роде социальным мультфильмом. Легко и ненавязчиво в нем поднимается проблема стереотипов и предрассудков. Если кролик, то тихоня и трус, если лис – хитрый жулик, а если лев – неременный лидер. Из-за подобных предрассудков герои часто теряют себя, забывают свою мечту и становятся именно такими, какими хочет видеть их общество.

В основу сюжета легла способность зверей уживаться вместе, как и образ жизни людей в крупных мегаполисах, что само по себе является комичным.

Мораль мультфильма гласит: никогда не надо сдаваться, нужно идти к своей цели до конца и не следует судить о других, хорошо их не узнав.

Рассматривая замысел сюжета, мы можем выделить некоторые моменты, которые на самом деле являются весьма комичными:

– Несмотря на то, что в вопросе кандидатов на службу предпочтительнее будут большие и мощные звери вроде тигров, медведей и слонов, Хоппс становится первым в истории мегаполиса Зверополис зайцем-копом.

– Лис-мошенник Ник, использует разницу в масштабах города и, покупая слоновье мороженное, он превращает его в сотню леденцов для леммингов, тем самым наживаясь на разнице в цене.

– Джуди приезжает в мегаполис, чтобы развеять предрассудки против зайцев, но развеивать ей приходится не столько чужие, сколько собственные предрассудки и страхи. Город принимает Джуди раньше, чем она в полной мере принимает хищников, с которыми ей теперь приходится жить и работать. При этом ее страхи – не просто пережитки прошлого и следы архаичного воспитания. У них есть основа в реальности. И картина не отворачивается от этих тонких психологических нюансов, а пристально присматривается к эволюции сознания героини.

– Во избежание проблем с реальными компаниями, создатели мультфильма пародируют существующие бренды. Так, например,

надкусанное яблоко – символ компании *Apple* заменяется изображением надкусанной морковки на мобильном у Джуди, название итальянского модного дома *Prada* в мультфильме «превращается» в *Preyda*. Интересными стали пародии, в которых мы отметили игру слов: *Google* превратился в *Zoogle*, слоган фирмы *Nike* «*Just Do It*» трансформировался в «*Just Zoo It*», *aiPad* обрел эмблему лапки, и название *iPaw* – то есть почти все названия приобрели компоненты (иконические или вербальные), связанные со «звериной» темой.

– Ленивец в роли офисного рабочего; козлы в роли соседей;

Из данных примеров становится очевидным, что ключевым сюжетным элементом становится визуальная составляющая мультипликационного фильма. Скрипт к данному мультипликационному фильму является креолизированным текстом, то есть, он строится не только на знаковой системе, но также в нем присутствует более широкий контекст, создаваемый за счет визуализации, которая в свою очередь добавляет к информативности текста. Как было сказано выше: в мультипликационном фильме присутствует множество стереотипов в лице животных.

Рассматривая форму, мы можем утверждать, что скрипт к данному мультипликационному фильму является художественным текстом. В нем присутствуют характерные черты художественного текста (образность, выразительность, диалогичность), однако от традиционного рассмотрения как художественного текста его отличает наличие визуального ряда и музыки, а большое количество стилистических средств – метафор, эпитетов, коннотативных слов, эмоционально окрашенной лексики, разговорной лексики – является очевидными признаками художественного текста.

Обратимся к анализу средств выражения юмора в мультфильме. Следует оговорить, что все примеры иллюстрируют один из типов юмора: универсальный (понятный представителям разных лингвокультур), лингвистический (построенный на каламбуре и других стилистических

приемах), экстралингвистический (построенный на культурологическом компоненте).

В начале мультфильма идет повествование жуткой истории о хищниках, и в момент, когда тигр набрасывается на зайца, картина внезапно переходит в театральную постановку. Имитация звуков рыка маленьким зайчонок, то есть **звукоподражание**, создает комический эффект благодаря **эффекту** «визуальной» **неожиданности**: зайчонок в природе не рычит, более того, он не издает практически никаких звуков. Этот юмор, на наш взгляд, уместно отнести к разряду универсального: в любой культуре звучит комичным звериный рык, который издает маленький зайчонок.

В следующем примере юмористический эффект также достигается при помощи **звукоподражания**: «*All right, give her a little bye-bye toot-toot*» [43], что относит данный фонетический прием к средствам выражения юмора. Юмор достигается за счет визуального ряда: лисенок нарядился в слоненка и при прощании с Джуди протрубил «хоботом». Этот тип юмора мы отнесли к лингвистическому, поскольку в его основе лежит именно лингвистический феномен – звукоподражание, которое не всегда понятно представителям иной культуры.

Одним из распространенных средств выражения юмора является **метафора**. Например: «*I don't have to be a lonely hunter anymore. Today, I can hunt for tax exemptions. I'm gonna be an actuary!*» [43] – В данном примере прослеживается популярная тема американского юмора – **экономическая**. Однако сама шутка строится на игре значения многозначного слова *hunt*. Леопарда в природе можно назвать посредством метафоры «*a lonely hunter*», потому что они охотятся всегда в одиночку. То есть в данном случае *hunter* – это буквальное обозначение деятельности леопарда в природе. Далее слово *hunt* уже используется в сочетании с *tax exemptions* (налоговыми льготами) и обозначает «стараться раздобыть, получить что-нибудь». К тому же юмор создается за счет **столкновения** элементов различной стилистической окраски: словоформа *gonna* (неформальное сокращение конструкции *going*

*to*, используемое в разговорной речи) «сталкивается» в одном предложении с лексической единицей из финансовой терминологии *actuary* (актуарий – специалист по анализу финансовых рисков). Таким образом, в приведенном отрывке юмор имеет лингвистический характер.

«*I'd lose my head if it weren't attached to my neck*» [43]. В данном примере использовано **метафорическое выражение** *lose my head*, которому в русском языке ему соответствует фразеологизм *потерять голову* со значением «утратить способность ясно мыслить». Однако в данном контексте выражение имеет значение «забывчивый», именно это значение придает выражению комизм. С другой стороны, комизм создается и за счет буквального понимания выражения *to lose a head*. Это буквальное понимание мы обнаруживаем в продолжении фразы *if it weren't attached to my neck* (букв. *если бы она не была прикреплена к моей шее*). Иными словами, если что-то прочно прикреплено, то это невозможно потерять. Юмор в приведенном примере строится на языковых шутках, но он понятен представителям двух культур (в частности, в русской культуре представления о забывчивости связаны с образом головы).

В примере «*First... we need to acknowledge the elephant in the room*» [43] – используется **идиоматическое выражение**, которое подразумевает под собой что-то неприятное, однако очевидное. Серьезный голос *Chief Vogo* наводит зрителя на мысль, что что-то явно не так, после чего следует неожиданная фраза, разряжающая обстановку «*Happy birthday*» [43], то есть, шутка строится на **эффекте обманутого ожидания, или иначе это пан *Chief Vogo***. Кроме того, комизм достигается и за счет трансформации фразеологизма и его буквального понимания. Это лингвистический юмор.

В следующем примере родители *Judy Horpps*, пытаясь переубедить ее, произносят следующую реплику: «– *Or, heck, you know, you want to talk about making the world a better place... no better way to do it than becoming a carrot farmer. – Yes, your dad, me, your 275 brothers and sisters. We're changing the world! One carrot at a time. Amen to that. Carrot farming is a noble profession*»

[43]. В данном случае юмористический эффект создается за счет использования **гиперболы**– 275 братьев и сестер. Такое огромное количество членов семьи явно и намеренно преувеличено. Несмотря на то, что в животном мире такое количество особей вполне реально (особенно, если речь идет о кроликах – животных, способных к размножению круглогодично и приношению за раз до 12 особей потомства), в мире людей эта цифра явно преувеличена. Поскольку герои мультфильма антропоморфны, то и для них эта цифра значительно преувеличена. Ее использование усиливает выразительности и создает комический эффект. Шутка, основанная на гиперболе, делает юмор лингвистическим, однако в данном случае юмор понятен представителям любой культуры, поэтому мы отнесли его в разряд универсального.

Самое большое количество юмористических сцен в данном мультфильме основывается на **сарказме**, образованном следующими стилистическими приемами: «*Everyone comes to Zootopia thinking they can be anything they want. Well, you can't. You can only be what you are. Sly fox, dumb bunny. – I'm not a dumb bunny. – Right. And that's not wet cement*» [43] – в данном случае мы сталкиваемся с **приемом противопоставления**. К тому же юмористический эффект достигается за счет визуального ряда: кролик утопает лапками в цементе. Юмор понятен представителям обеих лингвокультур, поэтому мы отнесли его в разряд универсальных.

«– *Did you just boot my stroller? – Nicholas Wilde, you are under arrest. – For what? Hurting your feelings? – Felony Tax Evasion. \$200 a day, 365 days a year, since you were 12. That's two decades, so times 20, which is \$1,460,000, I think. I mean, I am just a dumb bunny, but we are good at multiplying*» [43], – в данном случае комический эффект достигается за счет **саркастического ответа** *Hurting your feelings?* На фразу «*you are under arrest*», **многозначности слова** «*multiplying*» [43], приводящего к двусмысленности, и **повтора** словосочетания «*a dumb bunny*» [43]. Следовательно, в данном примере юмор является лингвистическим.

Следует отметить, что комический эффект обычных общеупотребительных слов связан прежде всего с возможностями их метафоризации с многозначностью. В примере «*If you want this pen, you're going to help me find this poor, missing otter or the only place you'll be selling popsicles is the prison cafeteria. It's called a hustle, sweetheart*» [43]. Ранее похожую фразу произносил лис Nick Wilde, и ее повтор в контексте ситуации угрозы / шантажа самого лиса вызывает комический эффект. Этот юмор, на наш взгляд, не вызывает трудностей при восприятии, поэтому мы отнесли его к универсальному типу.

«*She hustled you. She hustled you good*» [43], – **повтор и градация** являются способом создания комического эффекта в данном примере.

Комический эффект создается в мультфильме и посредством приема **антитезы**: «*There are some new recruits with us I should introduce... but I'm not going to... because I don't care*» [43]. Кроме того, комизм создается и за счет эффекта неожиданности: сотрудники отдела полиции ждут от своего начальника оглашения повестки дня и подробного комментария требуемых действий. Однако многообещающее начало (о том, что начальник должен представить нового сотрудника) заканчивается неожиданно: начальник и не собирается это делать, потому что ему все равно на новичков. Момент безразличия в подобных силовых структурах тоже можно считать комичным. В данном случае юмор относится к разряду универсального, поскольку он понятен представителям разных культур.

Весьма смешная шутка, построенная на **аллюзии** на фразеологизм «To count sheep», обнаруживается во фразе Nick Wilde, говорящего о барашке Assistant Mayor Bellwether: «*You think when she goes to sleep she counts herself?*» [43]. Юмор создается за счет буквального понимания фразы «To count sheep» (считать овец), трансформирующегося в «she counts herself» (считать (барашке) саму себя). Этот юмор, основанный на игре со значением идиомы, является лингвистическим.

В следующем случае юмористический эффект строится на **эффекте неожиданности**: *Judy Hopps* и *Nick Wilde* приходят к *Yax* – хозяину нудистского клуба с феноменальной памятью – в попытке раздобыть информации в отношении пропавшего *Mr. Otterton*: «*I'd appreciate that more than you can imagine, it would be such...*» [43], – *Judy Hopps* благодарит *Yax* за помощь, как вдруг оказывается, что «– *You are naked!* – *For sure, we're a naturalists club*» [43]. Этот юмор универсальный, потому что понятен представителям разных культур.

Юмор, созданный посредством **гиперболического сравнения**, мы видим в реакции *Gideon Grey*: «*Bunnycop? That is the most stupidest thing I ever heard*» [43]. В примере явно преувеличен жизненный опыт героя, который считает, что более глупой вещи, чем кролик-коп, он никогда не слышал. Иными словами, налицо описание действительной ситуации, но с максимальным проявлением свойства этой ситуации. Это лингвистический юмор.

Во фразе *Gideon Grey*: «*And the killer instinct is still in our "Dunnah"*» [43] присутствует искаженный вариант произношения аббревиатуры «*DNA*» [43], относящийся к **разговорному** стилю речи. Комичный эффект в данной сцене создает **смешение стилей**, возникающее за счет **неожиданной** подсказки, которая **расшифровывает** эту аббревиатуру посредством **медицинского термина** – «*I'm pretty much sure it's pronounced "DNA"*» [43]: разговорное *Dunnah* («дынка» – искаженное произношение ДНК) смешивается в своей интерпретации с терминологичным *DNA* («ДНК»). Данный тип юмора мы относим к лингвистическому.

«*We know. And we're just a little excited for you, but terrified*» [43]. Во фразе, произнесенной родителями *Judy Hopps*, юмор достигается за счет **антитезы**.

**Повторение с искажением** фразы *Assistant Mayor Bellwether* «*It's my word against yours*» [43], произнесенной *Nick Wilde* в середине мультипликационного фильма, также создает комичность: *Judy Hopps*

«*Actually, it's your word against yours. It's called a hustle, sweetheart*» [43].

Поскольку юмор основан на саркастических повторах, и его понимание не требует фоновых знаний, мы отнесли его к разряду универсального юмора.

**Повторное использование** фразы «*I don't know when to quit*» [43], в момент, когда *Judy Hopps* очень разозлила *Gideon Grey* и он, сказав фразу «*You don't know when to quit, do you?*» [43], расцарапал ей мордашку.

В примере «– *Sir, I'm not just some token bunny. – Well, then writing 100 tickets a day should be easy*», продолжение «*100 tickets. I'm not gonna write 100 tickets. I'm gonna write 200 tickets. Beforenoon*» [43] вызывает смех за счет **эффекта градации**. Помимо градации комический эффект создает сама ситуация: Джуди считает, что качество ее работы как полицейского непременно оценят, если она выпишет не 100 штрафов, а 200, и это только за утро. А далее комизм вызывает визуальный ряд: остановившись на парковке для выписывания 200 штрафов, Джуди не замечает, что сама нарушает правила стоянки, и автомат, фиксирующий нарушения, выписывает штраф и ей. Это универсальный юмор.

«*I trusted you, Nicky... And how did you repay my generosity? With a rug made from the butt of a skunk. A skunk-butt rug. You disrespected me. You disrespected my Gram-mama, who I buried in that skunk-butt rug*» [43], комическим является сам факт того, из чего был сделан ковер, а также юмор достигается за **счет повторного** упоминания данного материала.

Юмористический эффект может быть достигнут использованием **эпитетов**: «– *We're real proud of you, Judy. – Yeah, scared, too. Really, it's kind of a proud-scared combo*» [43]

Комичность следующего примера начинается с фразы «*Flash is the fastest guy in there*», продолжается фразой «*Wait. They're all sloths*» и завершается фразой «*Hurry. We gotta beat the rush hour, and... It's night?*» [43]. Следует отметить, что визуальный ряд играет большую роль в комичности данной сцены, а также, что для носителей американской культуры данный момент является весьма смешным потому, что напоминает Управление

автомобильным транспортом США (считается, что оно очень медленно работает [29]), а для носителей русской культуры – Почту России. Этот юмор основан на культурологическом компоненте, поэтому мы отнесли его к разряду культурологического юмора.

**Гипербола** является еще одним средством, при помощи которого достигается юмористический эффект в примере «*Luxury apartments with charm* [43]. Класс апартаментов явно **преувеличен**: это обычная маленькая комната, с минимумом мебели, которую впоследствии *Judy Hopps* комментирует как: «*Greasy walls. Rickety bed. Crazy neighbors. I love it*» [43]. В реакции Джуди мы тоже обнаруживаем комичность, созданную за счет эффекта неожиданности: героиня описывает ужасающие условия проживания и в конце добавляет, что она безмерно этому рада. Это универсальный юмор, поскольку он понятен представителям различных культур.

Доброжелательная фраза «*Hi! I'm Judy, your new neighbor*» [43], и последовавший за ней ответ «– *Yeah? Well, we're loud. – Don't expect us to apologize for it*» [43] создают юмористический эффект создается за счет **неоправданных ожиданий**. Это универсальный юмор.

Зачастую использование **эвфемизмов** вызывает комический эффект, однако в следующем примере происходит усиление юмористического эффекта за счет того, что у *Chief Bogo* на самом деле есть хвост: «*City Hall is right upon my tail to find them*» [43].

Использование стилистических приемов усиления эмоционально-психологического воздействия речи, активизирующих эффект внушения, таких как **литота, повторение, риторический вопрос**, вызвало в результате юмористический эффект в следующем примере: «– *I don't want any trouble in here. So, hit the road. – I'm not looking for any trouble either, sir. I simply want to buy a Jimbo Pop for my little boy... It's just my boy, this goofy little stinker, he loves all things elephant. Wants to be one when he grows up. Is that adorable?*»

Who the heck am I to crush his little dreams? Right?» [43]. Это универсальный юмор.

Легко достигнуть юмористического эффекта можно за счет **игры слов**: «– *False advertising. You told that mouse the popsicle sticks were redwood! – That’s right. “Red wood” with a space in the middle. Wood that is red*» [43]. Это лингвистический юмор. У слова «red» кроме значения цвета имеется значение «порода» (например, красная рыба, красное дерево). В приведенном примере шутка строится на игре двух значений этого слова: кролик подразумевает под словом «red» породу дерева, а лис, понимая это, указывает на красный цвет деревянной палочки, саркастически заявляя, что это тоже красное дерево.

В данном мультфильме комический эффект достигается за счет **имен собственных**, полностью противоположенных их обладателям – крошечная бурозубка, мафиозный босс *Tundratown* носит имя *Mr. Big*. Также *Mr. Big* является пародией на главного героя «Крёстного отца». Овечку зовут *Bellwether* (букв. «вожак стада»). Комизм создается за счет **оксюморона**: безропотная овечка гордо именуется вожаком. Однако вскоре становится ясно, что овечка не так уж проста, как хочет показаться. Создатели мультфильма намекают на известную в русском и английском языках идиому «волк в овечьей шкуре» (*wolf in sheep’s clothing*), означающей злодея, скрывающегося под маской невинности. Это лингвистический юмор.

Неузуальное творческое словообразование создает комический эффект своей новизной, необычностью. В следующем примере он достигается путем использования **оказионализма** «*Ladies and gentlemammals*» [43]. Это лингвистический юмор.

Отдельно следует отметить, что в мультфильме присутствует множество **аллюзий**, которые в свою очередь создают комический эффект.

Самыми яркими, смешными и очевидными являются аллюзии на фильмы «Крестный отец» и «Во все тяжкие».

В следующем примере «*You probably didn't know, but a bunny can call another bunny “cute”, but when other animals do it it’s a little... – I am so sorry!*»

[43] шутка строится при помощи стилистического приема **эллипсис**, также здесь прослеживается неочевидная **аллюзия** на слово «нигер», что добавляет комичности моменту. Следовательно, юмор основан на исходном компоненте американской культуры. Это культурологический юмор.

В данном мультфильме также присутствует **ирония**. В примере «– *As you can see, Nangi's an elephant, so she'll totally remember everything. – Who? I have no memory of this beaver*» [43], весьма **иронично** то, что *Yax* считает, что у слонихи феноменальная память, которая на самом деле совсем ничего не помнит. *Yax* сам рассказывает все подробности, завершая диалог фразой «*Told you has a mind like a steel trap. I wish I had memory like an elephant*» [43], в которой довольно противоречиво и смешно с помощью идиомы «to have a mind like a steel trap», обозначающей живой, острый ум, описывается память *Nangi*. Это лингвистический юмор, потому что не всегда представители другой культуры могут понять идиоматическое выражение.

В примере «– *Hey, no kiss bye-bye for daddy. – You kiss me tomorrow, I'll bite your face off*» [43] комизм достигается **эффектом неожиданности**: маленький зверек, которого лис выдавал за своего малыша, оказался взрослым животным с характерным басом. Когда **саркастично** лис просит поцеловать папу на прощание, этот казавшийся милым зверек выдает звериным рыком фразу о том, что в следующий раз откусит голову за поцелуй. Это универсальный юмор.

Весьма **иронично** выглядит маленький рупенький зайчонок, который заявляет: «*I can make the world a better place. I'm going to be a police officer!*» [43], наивно полагая, что именно полицейские улучшают мир. Это универсальный юмор.

В данном мультфильме присутствует блестящий пример **метаиронии**: Джуди оказалась в мегаполисе и искренне верила в то, что сможет развеять предрассудки и стереотипы вокруг зайцев, что тоже является весьма комичным. Это универсальный юмор.

Следует отметить, что, в отличие от обычного художественного текста, в мультипликационном фильме помимо стилистических приемов комичности моменту добавляет визуальный ряд, в особенности мимика и действия персонажей. Например, в последней сцене, *Nick Wilde* и *Judy Hopps* останавливают машину за превышение скорости, а за рулем спортсмена сидит ленивец *Flash*. Визуальный ряд, как правило, понятен представителям разных культур, поэтому юмор, основанный на нем, мы считаем универсальным.

Таким образом, мы выяснили, что в данном мультфильме юмористический эффект достигается посредством различных стилистических приемов, которые в свою очередь образуют более широкие виды комического, такие как ирония и сарказм. При этом юмор может быть отнесен к одному из трех типов в зависимости от степени / возможности восприятия шуток представителями иных культур: универсальный, лингвистический, культурологический. Проведя статистический анализ, мы получили следующие данные: больше всего шуток основано на универсальном юморе (22 контекста), на втором месте шутки, основанные на лингвистическом юморе (18 контекстов), меньше всего шуток, основанных на исходном компоненте культуры (их всего 2).

## **2.2. Перевод англоязычного юмора в мультипликационном фильме «Зверополис»**

В данной главе мы рассмотрим, каким образом был переведен юмор в мультфильме «Зверополис». Опираясь на данные из первой главы, а также на классификацию шуток, выполненную в предыдущем параграфе, мы рассмотрим примеры перевода юмора трех основных групп, выделяемых в лингвистике.

К первой группе относятся **универсальный юмор**, то есть, легко опознаваемый представителями любой национальности. Данный тип юмора передается на другие языки, как правило, без особых трудностей.

*«There are some new recruits with us I Среди нас есть новички, и я должен*

*should introduce... but I'm not going to... because I don't care» [43].*      *представить их. Но я не собираюсь это делать, потому что мне плевать!*

**Комментарий:** Комизм, созданный на основе эффекта неожиданности понятен представителям разных культур, поскольку юмористический эффект достигнут за счет понятных универсальных реалий, в частности, ожидания иного поведения от представителя закона. При передаче шутки был сделан эквивалентный перевод и юмористический эффект при этом не потерялся по понятным причинам. Следовательно, перевод мы считаем адекватным.

Однако иногда при попытке передать юмористический эффект, основанный на универсальных реалиях, переводчику все-таки необходимо сделать некие трансформации, связанные с тем, что это аудиовизуальный перевод, в котором мы отмечаем специфику артикуляции, соблюдение экранного времени и иных черт. Обратимся к следующему примеру.

*«– um, heck, you know, you wanna talk about making the world a better place... no better way to do it than becoming a carrot farmer. – Yes! Your dad, me, your 275 brothers and sisters. We're changing the world! One carrot at a time... Amen to that. Carrot farming is a noble profession» [43]*      *«Если уж ты действительно хочешь пригодиться, куда ж идти работать как ни на морковную ферму. Да, отцу, мне и твоим 270 братьям и сёстрам! Сколько принесешь пользы миру и всем нам! Именно так. Это же такое благородное дело.*

**Комментарий:** В данном примере **гипербола** переводится не дословно. Переводчик производит лексико-прагматические преобразования, вероятнее всего для соблюдения временных рамок, ввиду чего сокращение цифры 275 до 270 является не критичным в связи с тем, что сохраняется эмоциональное воздействие, оказываемое числом 270 и, таким образом, сохраняется комический эффект. Перевод считается адекватным, так как

переводчик успешно выполняет поставленную перед ним задачу. Следует отметить, что в данном примере присутствует **столкновение** элементов разного стиля, смешение регистров и стилей речи, имеющих различную **стилистическую окраску** – морковную фабрику называют благородным делом. Шутка, основанная на данном столкновении, была передана с помощью подбора эквивалентов в языке перевода, однако переводчику пришлось прибегнуть к некоторым трансформациям. Так, например, использована трансформация опущения: в переводе опущена фраза *One carrot at a time...* (что, на наш взгляд, объясняется экономией эфирного времени). Фраза *Amen to that* передана с использованием трансформации смысловой замены (модуляции): *Amen* заменяется на *именно так*. Слово *profession* заменяется на *дело* (прием генерализации), *Carrot farming* заменено на *это* (прием генерализации).

<p><i>And welcome to the Grand Pangolin Arms. "Luxury Apartments with Charm." Complimentary de-lousing once a month. Don't lose your key. Thank you! Oh hi, I'm Judy! Your new neighbor! Yeah? Well we're loud. Don't expect us to apologize for it. Greasy walls... rickety bed...Shut up! You shut up! No! You shut up! Crazy neighbors... I love it! [43]</i></p>	<p><i>«Добро пожаловать и с новосельем. Вот ваша отдельная комната – люкс. Блох и клещей травим раз в месяц. Ключ не потеряйте. Спасибо. Ооо, здрасьте! Я Джуди, ваша новая соседка. Да? Учти, мы шумные. Извиняться за это не будем. Грязные обои. Пыльная кровать. Стены как из картона. Красотища!</i></p>
--	---

**Комментарий:** В данном примере юмористический эффект достигается благодаря **эффекту обманутого ожидания**, который сохраняется при переводе. В начале фразы описываются плохие качества и неблагоприятная обстановка в комнате, а в итоге – красотища. Обратное происходит при знакомстве Джуди с новыми соседями – позитивный настрой обрывается негативным ответом. В обоих случаях переводчик использует

модуляцию, опираясь на логические причинно-следственные связи. Например, фраза “*Crazy neighbors*” превращается в «стены как из картона». *Don't expect us to apologize for it* испытывает трансформацию при переводе: использован антонимический перевод: отрицательное предложение переведено положительным. Кроме того, в переводе используется и синтаксическая трансформация: полное предложение заменяется односоставным *I love it! Красотища!* К тому же, в данном предложении сделана лексическая замена: *love* – *красотища*. Несмотря на применение различных переводческих трансформаций, перевод данного фрагмента является адекватным, так как комический эффект полностью сохраняется.

<i>«Everyone comes to Zootopia thinking they can be anything they want. Well, you can't. You can only be what you are. Sly fox, dumb bunny. – I'm not a dumb bunny. – Right. And that's not wet cement»</i> [43]	<i>Все приезжают в Зверополис, думая, что здесь они могут быть кем угодно. Это не так. Против природы не попрешь. Хитрый лис, глупый кролик. – Я не глупый кролик. – Да, а это не мокрый цемент.</i>
--	--

**Комментарий:** Шутка, основанная на приеме противопоставления, передана в переводе буквально, с подбором лексических эквивалентов. Поскольку юмор создается еще и за счет визуального ряда (кролик попал лапками в мокрый цемент), то шутка понятна представителю любой культуры. Тем не менее, сам текстовый отрывок, в котором есть шутка, передан с использованием некоторых трансформаций: так, например, выражение *You can only be what you are* (букв. Ты можешь быть только тем, кем ты являешься) передается с помощью фразеологизма «против природы не попрешь» (английским аналогом этого фразеологизма являются идиомы *nature calls, to go against the law of nature*), что в свою очередь придает отрывку большую выразительность и экспрессивность, а также усиливает комический эффект за счет жаргонизма «попрешь» (литературный аналог «пойдешь»).

*«I'd lose my head if it weren't attached to my neck» [43].*

*Я бы и голову потерял, если бы она не была приклеена к моей шее.*

**Комментарий:** шутка, основанная на игре со значением фразеологизма, передается в языке перевода буквально, с подбором лексических эквивалентов. Переводчик практически не прибегает к использованию трансформаций. Синтаксис предложения (условное, маловероятное) сохраняется в языке перевода. Единственную трансформацию, которую использует переводчик, можно охарактеризовать как перестановка: прямой порядок слов в оригинале передается инверсивным порядком в переводе. Это объясняется синтаксическими особенностями языков (в английском языке дополнение не может находиться в препозиции к сказуемому, а в русском – может).

Таким образом, мы можем сделать вывод, что при переводе юмора, относящегося к группе «Универсальный», особых трудностей не возникает, поскольку переводчик в основном подбирает эквивалент в языке перевода. Однако в некоторых случаях переводчику приходится прибегать к использованию переводческих трансформаций, но все они не искажают смысла и способствуют адекватной передаче юмористического эффекта.

Ко второй группе относится юмор, **основанный на компоненте исходной культуры**. Такой юмор представляет особые трудности при переводе. Это трудности экстралингвистического и культурологического характера, связанные с тем, что юмор является ярким отражением национального менталитета и наиболее злободневных проблем современной жизни, в том числе, представления народа о комическом, современные и исторические реалии, характерные ситуации общения и т.д. Этот юмор часто остается непонятым представителями иных культур и не вызывает ожидаемой реакции. В этой связи переводчику необходимо проявлять изобретательность и профессионализм, чтобы сохранить шутку.

*I gotta tell ya, you are even cuter than I* *Какая же ты симпатичненькая с*

*thought you'd be. Ooo, uh, you probably didn't know, but a **bunny can call another bunny "cute,"** but when other animals do it, it's a little... [43]*      ***этими ушками.** Ой, возможно вы не в курсе, но мы, в смысле **мы – кролики, обходим тему ушей,** потому что они у нас... нуу... как бы сказать...*

**Комментарий:** В данном случае шутка строится благодаря **аллюзии** на слово «нигер». При переводе переводчик прибегает к приему перевод-изложение, уводя фокус внимания в сторону ушей, вероятнее всего для избегания неблагоприятной аллюзии, однако, в результате, шутка исключается. Перевод является неадекватным, так как в нем не сохраняется комический эффект.

*- Flash is the fastest guy in there.      - Блиц здесь самый быстрый. Если*  
*– Wait. They're all sloths. Hurry. We      тебе что-то нужно, он поможет.*  
*gotta beat the rush hour, and... It's      – погоди. Они все ленивцы?... Скорее,*  
*night? [43].      нам нужно успеть до часа пик! Уже*  
*ночь?!*

**Комментарий:** Для носителей американской культуры данный момент является комичным, поскольку напоминает Управление автомобильным транспортом США, которое, по стереотипным представлениям американцев, работает очень медленно. Носителю русской культуры это упоминание останется непонятным, если он не имеет фоновых знаний. Ведь в русской культуре не сложился стереотип о медленной службе ГИБДД. В нашей культуре такой стереотип сложился о работе иной организации – Почты России. Тем не менее, визуальный ряд мультфильма дает представление специфике работы ДХС (Дорожно-хвостовой службы – аллюзия на ДПС).

Из этого следует, что при переводе юмора, относящегося к данной группе, возникают трудности, чаще всего связанные с культурным бэкграундом, которые приводят к потере комического эффекта.

К последней группе относится **лингвистический юмор**. Данный тип юмора основывается на игре слов, метафорах, обыгрывании идиом и других лингвистических приемах, которые чаще всего являются непереводаемыми. Рассмотрим подробнее этот тип юмора.

<i>Alright, slick Nick, you're under arrest.</i>	<i>Так, ну-ка не торопись, ты</i>
<i>Really, for what? I don't know, how</i>	<i>арестован. Ухты! За что? За что—за</i>
<i>`bout selling food without a permit,</i>	<i>что? Например, за торговлю без</i>
<i>transporting undeclared commerce</i>	<i>лицензии, продажу</i>
<i>across borough lines, false advertising...</i>	<i>несертифицированных</i>
<i>Permit. Receipt of declared commerce.</i>	<i>стройматериалов, ложную рекламу.</i>
<i>And I didn't falsely advertise anything.</i>	<i>Лицензия, сертификат, и ложно я</i>
<i>Take care. You told that mouse the</i>	<i>ничего не рекламировал. Ты еще</i>
<i>popsicle sticks were <b>redwood</b>! That's</i>	<i>скажи, что они действительно из</i>
<i>right. "Red wood." With a space in the</i>	<i><b>красного дерева</b>. Ну да, гляди, вот,</i>
<i>middle. Wood that is red [43].</i>	<i>вроде дерево, точно красное.</i>

**Комментарий:** В оригинале комический эффект достигается за счет **игры слов**, основанной на многозначности слова "Red". При произношении слова "Redwood" не ясно, речь идет о породе дерева, или о цвете. При переводе сохраняется игра слов, а также передается сарказм, присутствующий в оригинальном варианте. В данном случае переводчик использует буквальный перевод. Перевод является адекватным и полностью передает комичность сцены.

*«Ladies and **gentlemammals**» [43].*      *Леди и джентльзвери!*

**Комментарий:** В данном случае в оригинале юмористический эффект достигается путем создания автором окказионализма по денотативному значению (*animals— mammals*). Также здесь присутствует частичная игра слов — слово "**mammals**" созвучно слову "**men**". При переводе

окказионализма переводчик прибегает к частичной транскрипции и частичному калькированию, осуществленному через генерализацию, однако переводчику не удается сохранить комизм фразы, в русском варианте окказионализм звучит хоть и оригинально, но не смешно, в связи с этим перевод является неадекватным.

Как нам известно, зачастую в переводе кинопродукции прибегают к опущению, или полной замене фразы более короткой и подходящей по смыслу. Это связано с необходимостью учитывать временные рамки. Следующий пример иллюстрирует данное явление:

*You think when she goes to sleep she counts herself?* [43].      *С ног до головы в шерсти.*  
*Отчистишь!*

**Комментарий:** Из примера видно, что в оригинале присутствует весьма комичная шутка, построенная на **аллюзии** на фразеологизм “To count sheep”. Переводчик прибегает к исключению шутки в переводе на уровне текста. Однако, в связи с тем, что мы рассматриваем не просто текст, а текст имеющий визуальный ряд, мы можем предположить, что переводчик опираясь на причинно-следственные связи, заменяет оригинальный фразеологизм, на тот, который подходит к визуальному ряду: Ник трогает шерсть мисс Барашки в тот момент, когда она открывает им с Джуди камеры, однако ее срочно вызывает мэр и, в момент ее ухода Ник произносит фразу «*С ног до головы в шерсти*». Однако при трансформации фразеологизма, то есть его лексической замене, происходит исключение комизма, тем самым мы можем утверждать, что переводчик пользуется приемом исключения шутки.

Однако, дословно мы перевели эту фразу следующим образом – «как думаешь, она считает саму себя, когда идет спать?», далее попытались сократить – «думаешь, она считает себя перед сном?» и попытались сделать любительский дубляж, произнеся наш перевод поверх оригинального перевода. В результате фраза полностью подошла к временному отрезку,

однако это только один аспект. Вероятнее всего фраза была заменена на подходящую под визуальный ряд вследствие того, что при осуществлении перевода для дубляжа также необходимо переносить артикуляцию актёра озвучания на мультипликационного персонажа (липсинг) и, вероятно, наш перевод не подходит по данному критерию. Рассматривая оригинал шутки и ее перевод, мы можем отметить следующее: шутка про счет овец перед сном – весьма оригинальна, но она является смешной в любом контексте, не обязательно в мультфильме, а вот шутка (*в шерсти с ног до головы*) смешная только в контексте анализируемой ситуации. Таким образом, опираясь на тот факт, что юмор – явление субъективное и кому-то перевод может показаться смешным, несмотря на низкий уровень эквивалентности, перевод мы считаем адекватным, поскольку комический эффект сохраняется.

*«Bunnycop? That is the most stupidest Кролик-коп? Ничего глупее не thing I ever heard» [43]. слышал!*

**Комментарий:** Юмор, созданный за счет гиперболизированного сравнения и нарушения нормы образования превосходной степени сравнения прилагательного, передается в языке перевода без нарушения смыслового содержания. Однако переводчик прибегает к использованию некоторых трансформаций. Буквальный перевод фразы звучал бы так: *Кролик-коп? Это самая глупая вещь, которую я когда-либо слышал*. В переводе использованы грамматические трансформация: прилагательное в форме превосходной степени *the most stupidest* передано прилагательным в сравнительной степени *глупее*; использован антонимический перевод: утвердительное предложение оригинала передано отрицательным предложением в языке перевода; сложное двусоставное предложение передано простым односоставным. Несмотря на наличие трансформаций, перевод выполнен адекватно, поскольку переводчику удалось сохранить комизм ситуации.



*протруби*. Несмотря на наличие трансформаций при передаче оригинального отрывка, перевод выполнен адекватно.

*I am just a dumb bunny, but we are good at multiplying* [43].      Нет, мы кролики конечно глупые, но умножаем не плохо

**Комментарий:** Английское слово *multiplying* имеет такие значения, как «размножаться» и «умножать». В оригинале в обоих вариантах возникает двусмысленное понимание фразы – появляется сомнение: речь идет об умножении или размножении. Следует учитывать, что при переводе важно опираться на контекст, так по контексту становится очевидным, что речь идет об «умножении», однако теряется имплицитная информация, которая вызывает комический эффект в данном примере. С точки зрения перевода юмора, переводчик исключает шутку из перевода, вследствие чего он считается неадекватным, так как полностью теряется многозначность слова и, в результате – комизм.

*I've got three items on the docket. First... we need to acknowledge the elephant in the room. Francine, happy birthday* [43].      Значит так. На повестке три вопроса. Во-первых, сегодня мы слона таки заметим. Франциска, с днём рождения.

**Комментарий:** В данном примере в оригинале осуществляется трансформация крылатого выражения “*the elephant in the room*”, которое используется в английском для того, чтобы охарактеризовать ситуацию, когда проблема становится весьма заметной, и не обращать на нее внимания сложно, однако окружающие либо действительно не видят ее, либо по каким-то причинам предпочитают игнорировать. Близким эквивалентом данной идиоме в русском языке является фразеологизм «слона-то я и не приметил», мы можем предположить, что переводчик, опираясь на данный эквивалентный вариант, осуществил перевод за счет буквального понимания фразеологизма, также трансформировав его из «не приметить» в «заметить»

слона». В целом, комизм создается за счет буквального понимания фразеологизма, сохраняется шутка, поэтому перевод является адекватным.

Каламбуры с именами собственными, как уже было отмечено, также создают комический эффект. Однако порой их крайне трудно перевести на русский язык адекватно, ведь в большинстве случаев эти имена говорящие – они характеризуют своих носителей. Для того чтобы эти имена были успешно переведены, для того чтобы раскрыть определенный смысл, вложенный автором, в этом случае необходим особый профессионализм переводчика. Так, например, на наш взгляд, удачно переведен антропоним *Flash* как Блиц. Переводчик использовал прием семантического перевода, сохраняя сему скорости в переводе.

Проанализировав оригинал и перевод мультипликационного фильма, мы выявили специфику перевода юмора. Работая с оригиналом, переводчик может передавать шутку, опираясь на ее специфику:

- передача шутки может осуществляться через перевод самих стилистических средств создания юмора, то есть это работа чисто с языком оригинала;

- передача шутки может осуществляться с опорой на видеоряд, то есть это работа с визуальным рядом, которая заключается в соотношении картинки с текстом шутки;

- передача шутки может осуществляться с помощью различных языковых средств с опорой на контекст (часто культурологический);

- передача шутки может осуществляться через работу с каламбуром, звукоподражанием, оригинальными метафорами, фразеологизмами и их трансформациями, то есть теми единицами, которые не всегда понимают представители другой лингвокультуры.

Таким образом, перевод лингвистического юмора нередко вызывает трудности у переводчика. Не всегда дословный перевод сохраняет комичность. В ряде случаев переводчику необходимо самому придумывать

каламбур или метафору, чтобы, с одной стороны, сохранить юмор, с другой стороны, сделать его понятным для носителя другого языка.

Подводя итоги всему вышесказанному, мы можем сделать вывод об адекватности перевода мультипликационного фильма «Зверополис» на русский язык. В большинстве случаев при переводе заложенный в оригинале юмор был сохранен, хотя переводчику приходилось прибегать к разного рода трансформациям. Тем не менее, использованные приемы и трансформации, фоновые знания переводчика помогли сделать перевод качественным и понятным.

### **Выводы по второй главе**

Во второй главе нашего исследования мы сконцентрировались на исследовании стилистических приемов, которые использовались в мультипликационном фильме «Зверополис» для выражения юмора, и на их переводе.

В первом параграфе нами была дана краткая характеристика мультфильма, а также был выявлен ключевой сюжетной элемент данного произведения, а именно его визуальная составляющая. Также мы выяснили, что скрипт данного мультфильма является художественным текстом с характерными для него чертами. Это проявляется в использовании в нем большого количества средств выразительности. Однако отличием данного мультфильма от художественного текста является наличие в нем визуального ряда и музыкального сопровождения. Из этого можно сделать вывод, что скрипт данного мультфильма можно считать художественным текстом.

Далее мы сфокусировали исследовательское внимание на том, какие средства выражения юмора используются в данном мультфильме. Мы выделили следующие способы выражения юмора: звукоподражание, эффект неожиданности, использование метафор, использование эффекта обманутого ожидания, гипербола, сарказм, прием противопоставления, использование двусмысленных слов, повторы, аллюзии и т.д. Из этого можно сделать вывод

о том, что в данном мультипликационном фильме юмор играет важную роль, что видно в использовании большого количества средств выразительности, также то, что юмористический эффект в данном произведении достигается посредством различных стилистических приемов, которые в свою очередь образуют более широкие виды комического, такие как ирония и сарказм.

Во втором параграфе мы анализировали перевод юмора в данном мультфильме. Нами были рассмотрены основные способы, при помощи которых был переведен юмор в «Зверополисе» и сделан вывод о том, что перевод является вполне адекватным, так как оригинальный юмор, заложенный в мультфильме, в большинстве случаев был передан полностью. Незначительные искажения юмористического эффекта или его опущение при переводе не умаляют достоинств переводчика, поскольку перед ним стояла непростая задача – осуществить перевод шуток разной типологии.

На основании всего вышесказанного можно сделать следующие выводы: сценарий мультфильма «Зверополис» является художественным текстом, юмор в данном произведении играет очень важную роль, что видно в использовании большого количества стилистических средств, которые служат для выражения юмора, а также то, что при переводе данного произведения на русский язык перевод юмора – это очень важный аспект при переводе и официальный перевод данного мультфильма можно считать удачным, несмотря на то, что в некоторых местах оригинальный юмор был утерян при переводе.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Межкультурная коммуникация крайне необходима в современном мире. Однако различия языковых мировоззрений часто приводят к нарушению, сбою коммуникации, приводя к недопониманию участников, представляющих различные культуры.

Юмор – это та сфера, которая в большей степени демонстрирует идеи и чувства (и положительные, и отрицательные), которые не принято открыто показывать в обществе.

Юмор имеет ценностные характеристики и связан с важнейшими жизненными ориентирами. В процессе межкультурной коммуникации использовать юмор необходимо с осторожностью, так как он включает в себя все нюансы и специфику восприятия мира народа.

В настоящем исследовании была поставлена цель – изучить и описать способы передачи юмористического эффекта при переводе английского юмора на материале английского полнометражного мультипликационного фильма.

Достижению поставленной цели способствовало решение четырех основных задач.

Решая первую задачу, мы сфокусировались на стилистической характеристике скрипта как художественного текста. Мы выяснили, что скрипт является художественным текстом благодаря наличию в нем диалогов, описаний и стилистических маркеров. Подробное рассмотрение понятий «скрипт» и «художественный текст» позволило выявить сходство их характеристик и существенное отличие, заключающееся в направленности скрипта на наличие визуального ряда.

Решая вторую задачу, мы описали стилистические средства выражения юмора. Практически все описанные в методической литературе средства художественной выразительности (тропы, фигуры речи, фразеологизмы, говорящие имена собственные) могут стать стилистическим средством создания комического эффекта. Обзор научных исследований позволил нам

описать такие средства создания юмора, как метафора, олицетворение, образное сравнение, эпитет, метонимия, синекдоха, гипербола, литота, мейозис, повтор, плеоназм, амплификация, зевгма, оксюморон, эвфемизм, окказионализм, антитеза, каламбур, аллюзия, ирония.

Решая третью задачу, мы выявили специфику перевода англоязычного юмора. В первую очередь мы определили, что юмор бывает трех видов: универсальный (основанный на комизме ситуаций, понятный представителям любой культуры), лингвистический (основанный на непередаваемой игре слов), культурологический (основанный на шутках, связанных с культурой исходного языка). Существует три основных и несколько частных способов передачи шутки на другой язык. Основными способами являются исключение шутки из перевода, буквальный перевод шутки с сохранением исходной информации, но потерей комического элемента, адаптация шутки в языке перевода. Частными приемами являются перевод-изложение, денотативные преобразования, генерализация, конкретизация, дефразеологизация, фразеологизация, изменение порядка слов и типа предложения. Универсального способа передачи юмора не существует, однако наиболее удачным можно считать создание переводчиком собственного каламбура, основанного на тех же средствах, что и у автора оригинального произведения, при этом не потерявшего близкой связи со значением оригинала и обязательно с учетом контекста. Переводчику необходимо с большой осторожностью выбирать тот или иной способ. Переводчик должен быть полностью уверен в том, что его перевод точен и адекватен.

Наконец, решение четвертой задачи заключалось в анализе стилистических средств создания юмора в мультфильме «Зверополис» с позиции их перевода на русский язык. В данном мультфильме юмористический эффект достигается посредством различных стилистических приемов, которые в свою очередь образуют более широкие виды комического, такие как ирония и сарказм. При этом юмор может быть

отнесен к одному из трех типов в зависимости от степени / возможности восприятия шуток представителями иных культур: универсальный, лингвистический, культурологический. Проведя статистический анализ, мы получили следующие данные: больше всего шуток основано на универсальном юморе (22 контекста), на втором месте шутки, основанные на лингвистическом юморе (18 контекстов), меньше всего шуток, основанных на исходном компоненте культуры (их всего 2). Универсальный юмор не вызвал особых трудностей при передаче, поскольку он основан на комизме ситуаций. Переводчику достаточно было перевести шутку дословно или с некоторыми переводческими трансформациями, не искажающими смысл. При переводе наибольшую трудность вызвал лингвистический юмор. Переводчику приходилось прибегать к значительным трансформациям, искать эквивалент в языке перевода, придумывать свой собственный каламбур или метафору. При передаче юмора, основанного на культурологическом компоненте, переводчик либо опирался на визуальный ряд, либо исключал шутку из контекста. В целом, как показал анализ, перевод мультипликационного фильма «Зверополис» сделан адекватно, а значит, качественно.

В заключение следует сказать, что основными условиями достижения адекватности в переводе английского юмора на русский язык являются:

- 1) знание особенностей взаимодействия слова с контекстом;
- 2) знание основных способов перевода комических текстов;
- 3) достаточное знакомство с русской лексикой, позволяющее найти эквивалентный русский вариант соответствующему английскому слову.

В перспективе нашего исследования мы планируем продолжить изучение особенностей юмористических киносценариев и их русскоязычных переводов. Интерес представляет сопоставительный анализ нескольких вариантов перевода одного и того же киносценария для выявления наиболее адекватного перевода. Мы не исключаем возможности предложить и свои собственные варианты перевода высказываний, содержащих шутки.

## СПИСОК ИСПОЛЬЗУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Арнольд И.В. Стилистика. Современный английский язык. М.: ФЛИНТА: Наука, 2002. 384 с.
2. Ахманова О. С. Словарь лингвистических терминов. 5-е изд. М.: Либроком: URSS, 2009. 569 с.
3. Боров Ю.Б. Комическое. М.: Искусство, 1970. 268 с.
4. Борисова Е.Б., Большакова Е.С. Метафора в нежестком жанре художественной литературы (на материале скриптов англоязычных музыкальных видеоклипов) // Известия Самарского научного центра РАН. 2008. № 2. С. 201-208.
5. Виноградов В.С. Введение в переводоведение (общие и лексические вопросы). М.: Издательство института общего среднего образования РАО, 2001. 224 с.
6. Влахов С.И., Флорин С.П. Непереводимое в переводе. М.: Р Валент, 2012. 406 с.
7. Воробьева К.А. Специфика иронии среди других языковых средств комизма // Логический анализ языка. Языковые механизмы комизма. М.: Индрик, 2007. С. 202-203.
8. Воскобойник Г.Д. Лингвофилософские основания общей когнитивной теории перевода: дис. ... д-ра филол. наук. Иркутск, 2004. 331 с.
9. Жук Е.Е. Лингвокультурные особенности британского и американского юмора (на материале произведений П.Г. Вудхауса и О. Генри) // Вестник МГОУ. 2013. № 4. С. 22-27.
10. Знаменская Т.А. Стилистика английского языка. Основы курса: учебное пособие. М.: Изд-во ЛКИ, 2008. 219 с.
11. Ким Е.Г. К вопросу о транслируемости юмора скетч-шоу (на материале перевода «A bit of Fray and Laurie») // Вестник ИГЛУ. 2013. С. 256-261.
12. КиноПоиск // Зверополис [Электронный ресурс]. URL: <https://www.kinopoisk.ru/film/775276/>(дата обращения: 03.03.2020).

13. Коновалова С.А. Английский юмор как образец сарказма и иронии. Краснодар: Краснодарский технический колледж, 2007. 45 с.
14. Кузнецова Е.Е. Особенности текста современного англоязычного киносценария // Вестник Ленинградского государственного университета им. А.С. Пушкина. 2015. № 2. С. 182-189.
15. Месропова О.М. Структурные, прагматические и содержательные аспекты текстотипов «анекдот» и «шутка»: на материале американских текстов : дис. ... канд. филол. наук. М., 1999. 173 с.
16. Миронов Д.Д., Ляпкина Т.Ф. Кино как средство выражения культурных смыслов // Труды Санкт-Петербургского государственного института культуры. 2015. С. 255-262.
17. Молчанова Л.В. Юмор и перевод: к проблеме адаптации юмористического текста к иноязычной культуре // Вестник Череповецкого государственного университета. 2014. № 4. С. 101-104.
18. Пищальникова В.А. Проблемы лингвоэстетического анализа художественного текста. Барнаул: Изд-во Алтайского ун-та, 1984. 59с.
19. Пропп В.Я. Проблемы комизма и смеха. М.: Лабиринт, 2002. 189 с.
20. Санников В.З. Каламбур как семантический феномен // Вопросы языкознания. М.: Наука, 1995. № 5. 159 с.
21. Санников В.З. Русский язык в зеркале языковой игры. М.: Языки славянской культуры, 2004. 552 с.
22. Скажи, когда смеяться: английский и американский юмор. [Электронный ресурс]. URL: <https://corp.lingualeo.com/ru/2016/07/08/skazhi-kogda-smeyatsya-angliyskiy-i-amerikanskiy-yumor/> (дата обращения: 20.04.2020).
23. Тонких Т.А. Американский юмор vs британский юмор. [Электронный ресурс]. URL: <http://hello-omsk.ru/blog/amerikanskiy-yumor-vs-britanskiy-yumor> (дата обращения: 20.04.2020).

24. Трач А.С. Экономия и избыточность сегментных средств в комическом тексте // Логический анализ языка. Языковые механизмы комизма. М.: Индрик, 2007. С. 175-185.
25. Филд С. Киносценарий: основы написания. М.: Эксмо, 2017. 440 с.
26. Фролова Н.Д., Чуб А.А., Растопчина Н.В. Технология создания сценария // Физическая культура, спорт – наука и практика. 2009. № 4. 107с.
27. Beaudine, G., Osibodu, O., & Beavers, A. (2017). Disney's Metaphorical Exploration of Racism and Stereotypes: A Review of Zootopia // Comparative Education Review. 61(1). P. 227-234.
28. Gambier Y. Audiovisual translation and reception // Слово.ру: Балтийский акцент. 2019. P. 52-65.
29. Muljady H. Discrimination in Zootopia: critical reading // Edulite: journal of English education, literature and culture. 2019. Vol. 4. № 2. P. 236-246.
30. Price S. The Screenplay: Authorship, Theory and Criticism, UK: Palgrave Macmillan, 2010. 209p.
31. Ross A. The language of humour. London: Routledge, 1998. 118 p.
32. Soares T.S. Animated Films and Linguistic Stereotypes: A Critical Discourse Analysis of Accent Use in Disney Animated Films // In BSU Master's Theses and Projects. Item 53. 2017. 53 p.

#### **Словари и энциклопедии**

33. Анимационное кино // Большая российская энциклопедия [в 35 т] / под ред. Ю.С. Осипова. М.: Большая российская энциклопедия, 2004-2017.
34. Балакаев И. Словарь-справочник современных анимационных терминов. М.: Ленанд, 2015. 256 с.
35. Даль В.И. Толковый словарь живого великорусского языка [Электронный ресурс]. URL:<http://slovardalja.net/>
36. Скрипт // Викисловарь. [Электронный ресурс]. URL:<https://ru.wiktionary.org/wiki/%D1%81%D0%BA%D1%80%D0%B8%D0%BF%D1%82> (дата обращения: 10.05.2020).

37. Словарь литературоведческих терминов. [Электронный ресурс]. URL: [https://literary\\_criticism.academic.ru/221/окказионализмы](https://literary_criticism.academic.ru/221/окказионализмы)(дата обращения: 23.04.2020).
38. Ушаков Д.Н. Толковый словарь русского языка [Электронный ресурс]. URL:<http://ushakovdictionary.ru/>
39. Шагалова Е.Н. Самый новейший толковый словарь русского языка XXI века. – М.: АСТ: Астрель, 2011. – С. 270 (413 с.).
40. CambridgeDictionary [Электронный ресурс]. URL:<https://dictionary.cambridge.org/ru/%D1%81%D0%BB%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D1%80%D1%8C/%D0%B0%D0%BD%D0%B3%D0%BB%D0%B8%D0%B9%D1%81%D0%BA%D0%B8%D0%B9/script> (дата обращения: 10.05.2020).
41. Merriam-Webster [Электронный ресурс]. URL: <https://www.merriam-webster.com/> (дата обращения: 03.03.2020).
42. Simpson J.A., Weiner E.S.C. The Oxford English Dictionary. Oxford: Clarendon Press, 1989.

#### **Иллюстративный материал**

43. Зверополис [Электронный ресурс]. URL:[https://film-smile.ru/load/multfilmy/zootopia\\_zveropolis\\_2016/6-1-0-158](https://film-smile.ru/load/multfilmy/zootopia_zveropolis_2016/6-1-0-158) (дата обращения: 03.03.2020).